



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE
BAKERY PEKANBARU DALAM PRESPEKTIF
EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus pada Rotte Bakery Cabang Rajawali)**



OLEH:

BUSROL KARIM

NIM. 11425100588

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU- PEKANBARU
1442 H/2021 M**



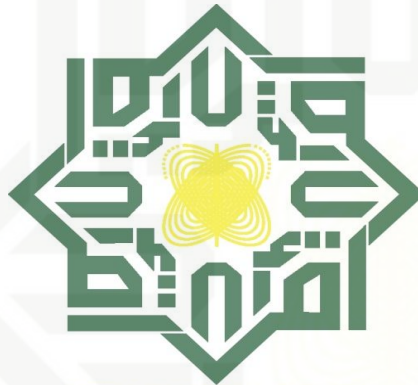
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH KUALITAS SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DALAM PRESPEKTIF EKONOMI SYARIAH

(Studi Kasus pada Rotte Bakery Cabang Rajawali)

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi
(SE)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

BUSROL KARIM

NIM. 11425100588

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU- PEKANBARU
1442 H/2021 M**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DALAM PRESFEKTIF EKONOMI SYARIAH(Studi kasus pada Rotte Bakery Cabang rajawali)”**

Nama : Busrol Karim
Nim : 11425100588
Program Studi : Ekonomi Islam

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasah fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Maret 2021

Pembimbing Skripsi

Darmawan Tia Indrajaya, S.Ag, M.Ag
Nip. 197209012005011005

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Rotte Bakery Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Rotte Bakery Cabang Rajawali)*, yang ditulis oleh :

Nama : Busrol Karim
 NIM : 11425100588
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 08 Juni 2021
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Daring

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Juni 2021M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Syahpawi, M.Ag

Sekretaris

Syamsurizal, SE, M.Sc, AK, CA

Penguji I

Dra. Zuraida, M.Ag

Penguji II

Dr. Zul Ikromi, Lc., M.Sy

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

NIP. 19580712 196803 1 005



ABSTRAK

Busrol Karim (2021) : *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus pada Rotte Bakery Cabang Rajawali)*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Di Rotte Bakery Pekanbaru dimana Rotte Bakery merupakan bidang usaha yang baru berdiri namun mampu bersaing dengan bidang usaha sama yang lainnya yang sudah dahulu berdiri. Hal ini ditandai dengan tersedianya outlet-outlet Rotte Bakery hampir di setiap kecamatan kota Pekanbaru. Adapun rumusan masalahnya yaitu : apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru cabang Rajawali, apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru cabang Rajawali?, Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen dari ROTTE BAKERY dan object dalam penelitian ini yaitu, sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada ROTTE BAKERY, karena jumlah populasi tidak dapat diketahui secara jelas, maka penentuan jumlah sample menggunakan metode Ferdinand yaitu, $n = (5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$ kemudian $n = 5 \times 17 \text{ indikator} = 85 \text{ sample}$. Dan digenapkan menjadi 90 sample

Penelitian ini dilaksanakan di ROTTE BAKERY Pekanbaru yang beralamat di jalan Rajawali. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang konsumen . Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan pembagian kuisioner kepada para pelanggan ROTTE BAKERY Pekanbaru. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang kemudian di analisa menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu pengaruh sertifikasi halal (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap minat beli konsumen (Y).

Hasil penelitian ini didapatkan nilai t hitung sebesar 0,964 dan nilai t tabel adalah 2,634, dengan nilai signifikan 0,189 > 0,05. Maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara sertifikasi halal dengan minat beli konsumen di Rotte Bakery. Bahwa hipotesis 2 diterima, yang menyatakan “sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Rotte Bakery. Dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai t hitung sebesar 1,323 dan nilai t tabel adalah 2,370, dengan nilai signifikan 0,338 > 0,05. Maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan minat beli konsumen di Rotte Bakery. Bahwa hipotesis 2 ditolak, yang menyatakan “kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Rotte Bakery. pelayanan jasa yang baik sangat di anjurkan dalam islam sebagaimana yang telah tersurat dalam kisah nabi Syu’aib a.s yang meminta nabi musa a.s untuk bekerja kepadanya, dan juga tersurat dalam Al-qur’an surat Al-qashash : 26, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur’an dalam surat Ali-Imran : 159.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat beli konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

السَّلامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, setinggi puji sedalam syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberi ni’mat serta karunia hidayah-Nya terutama ni’mat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan kualitas Produk Terhadap minat Beli Konsumen di Rotte Bakery Pekanbaru Dalam Prefektif Ekonomi Islam” ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa suatu hambatan apapun.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan sayafaat-nya di hari akhir kelak, amin.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenarannya datang dari Allah Swt. Namun apabila dalam skripsi ini terdapat kesalahan, maka datangnya dari penulis sendiri, hal ini tidak lain dari kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan di kemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis sehingga selesainya skripsi ini, yaitu kepada :

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada penulis, Ibunda Saniyem dan Ayahanda Sisno Zainuri, yang telah memberikan motivasi, dukungan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- dorongan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, dan juga kepada keluarga besar, kakak Sii Maimunah, abang Samsul Mukmin,
2. Bapak Prof. Dr. Akhmad Mujahidin, M Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta pembantu rektor I, II, III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 3. Bapak Dr. H. Hajar M. Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, Bapak Dr Heri Sunandar M. CL, selaku wakil Dekan I, Bapak Dr Wahidin, M Ag selaku wakil Dekan II, dan Bapak Dr Maghfirah, MA selaku wakil Dekan III.
 4. Bapak Bambang Hermanto, M Ag selaku ketua jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Syamsurizal, SE, M Sc, Ak selaku sekretaris jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum.
 5. Bapak Darmawan Tia Indrajaya S.Ag, M.Ag. selaku pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran, arahan, dan nasehat dengan sabar dalam penulisan dan penyempurnaan skripsi ini.
 6. Ibunda Nurnasrina, SE, M,SI selaku penasehat akademik yang selalu memberikan arahan dan nasehat selama masa perkuliahan.
 7. Kepada bapak/ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum, serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, atas peminjaman buku sebagai referensi penulis.
 8. Kepada bapak Ariadi Syafrijal selaku Pimpinan Rotte Bakery Pekanbaru dan seluruh staff dan karyawan yang telah membantu penulis selama masa penelitian.
 9. Kepada Diana Adri Putri S.H selaku tunangan, telah mendorong untuk menyelesaikan penulisan ini
 10. Sahabat-sahabat, Teguh Maulana, S.E dan Aulia Jumaida, S.E yang selalu memberi saran, nasehat dan arahan, dan juga sahabat di Royal Woods Wedding busrol karim, yayan hidayat, muhammad dipal, mamang, ungu
 11. Teman-teman seperjuang di Jurusan Ekonomi Islam khususnya Ekonomi Islam 2014 , yang tidak dapat disebutkan, yang telah memberikan support dan dukungan dari awal masa perkuliahan hingga akhir masa studi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Serta semua pihak yang telah memberikan kontirbusinya, baik semangat, motivasi dan dorongan yang tidak dapat penulis balas, hanya ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus dan ikhlas.

Semoga dengan jerih-payah dan dorongan yang telah di sumbangkan bernilai ibadah disisi Allah Swt. Penulis menyadari skripsi ini masi jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran sangat di harapkan dari semua pihak yang membacanya.

و الله موافق إلى أقوام الطريق, ثم السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Pekanbaru, 2021

Busrol Karim
Nim 11425100588



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Hipotesis Penelitian	8
F. Model Penelitian	9
G. Metode Penelitian	10
H. Studi Terdahulu	21
I. Sistematika Penulisan	23
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Rotte Perusahaan	25
B. Visi dan Misi Rotte Bakery	29
C. Struktur Organisasi	31
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pengaruh	34
B. Pengertian Halal	35
C. Pengertian Sertifikasi Halal	40
D. Pengertian Kualitas Produk	43
E. Pengertian Minat Beli	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen di Rotte Bakery cabang Rajawali Pekanbaru ...	62

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Identitas Responden.....	62
a. Tingkat Usia responden	62
b. Jenis Pekerjaan.....	64
2. Analisi Data	64
a. Uji instrumen penelitian	65
b. Uji Asumsi Klasik	69
c. Uji Hipotesis Penelitian	71
B. Tinjauan Ekonomi Islam Pengaruh Sertifikasi halal dan Kualitas Produk	78
BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Defenisi operasional penelitian.....	9
Tabel 1.2 Skala skor penilaian	10
Tabel II.1 Daftar macam-macam produk Rotte Bakery.....	27
Tabel IV.1 Data Responden berdasarkan Umur	63
Tabel IV.2 Data Responden berdasarkan pekerjaan	64
Tabel IV.3 Data Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel IV.4 Hasil uji reliabilitas sertifikasi Halal (X^1)	67
Tabel IV.5 Hasil Uji reliabilitas Kualitas Produk (X^2).....	68
Tabel IV.6 Hasil Uji reliabilitas minat beli (Y)	68
Tabel IV.7 Hasil Analisis Regresi linier berganda	72
Tabel IV.8 Hasil Analisis Regresi linier berganda	73
Tabel IV.9 Hasil Analisis Uji F	75
Tabel IV.10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	76



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Struktur organisasi Rotte Bakery Pekanbaru.....	34
Gambar IV.1 Uji Normalitas Sertifikasi Halal	69
Gambar IV.2 Uji Normalitas Kualitas Produk	70
Gambar IV.3 Uji Normalitas Minat Beli.....	71



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Data statistik sensus penduduk menurut wilayah dan agama yang dianut di Indonesia pada tahun 2010 hingga 2018 menunjukkan “bahwa penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai kurang lebih 207.176.162 juta jiwa atau 87,21% dari total populasi di Indonesia yang berjumlah 237.641.326 juta jiwa”.¹ Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslim menduduki potensi yang besar bagi pasar halal. Tak diragukan lagi, mulai banyak produsen yang bersaing untuk mencanangkan label halal pada produk-produk pangannya. Label halal baru diwajibkan kepada pengusaha pada tahun 1996. Peraturan ini muncul setelah dilihat pentingnya sertifikasi halal untuk melindungi kepentingan umat Islam di Indonesia. Produk-produk dari luar negeri pun harus diseleksi dan bagi yang lolos, wajib mencantumkan label halal.² Seiring dengan pesatnya perkembangan media informasi juga, arus informasi yang dapat diperoleh produsen akan semakin banyak dan turut pula mempengaruhi pola produksi mereka.

Ada banyak fenomena tentang produsen yang tidak sesuai prosedur bisnis yang semestinya. Sebagai produsen seharusnya memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya yang menikmati hasil dari produksinya. Ada beberapa

¹BadanPusatStatistik dikutipdari<https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>diakses padahariKamistanggal15 Februari 2018 jam 09.00 WIB.

² Lies Afroniyati, “Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia”, Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP), Vol 18, No 1, (Mei 2014), hlm. 37.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

fenomena yang terjadi salah satunya adalah produsen suplemen makanan PT. Pharos Indonesia menarik produknya, Viostin DS lantaran berisi zat yang dianggap membahayakan kesehatan. Keputusan itu dilakukan setelah Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menyebut Viostin DS terkontaminasi DNA babi.³ Fenomena lain yang terjadi di kawasan Tebet, Jakarta Selatan, bahwa ditemukan makanan yang mengandung boraks (zat yang berbahaya) pada salah satu minimarket.⁴ Fenomena lain yang terjadi di Jalan Pandan Wangi 75, Sidoharjo, Lamongan, Jawa Timur, bahwa petugas Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Surabaya, bersama aparat Polres Lamongan menggrebek toko jamu tradisional yang berada di Surabaya, petugas juga menemukan kosmetik mengandung merkuri yang membahayakan kulit.⁵

Melihat fenomena yang ada, Indonesia mulai bergerak lebih banyak untuk memulai sertifikasi halal. Mulai diberbagai produk makanan dan minuman hingga merambah ke berbagai produk lainnya seperti produk obat-obatan dan berbagai macam produk kecantikan atau kosmetik. Tidak hanya itu, berbagai macam produk yang dikonsumsi baik produk untuk konsumsi dalam negeri, maupun produk-produk impor selalu diperhatikan dan wajib melakukan sertifikasi halal. Hal itulah yang

³news.metrotvnews, “Produsen Tarik Produk Viostin DS”,dikutipdari<http://news.metrotvnews.com/peristiwa/dN6r8MpN-produsen-tarik-produk-viostin-ds>diaksespadahariRabutanggal07 Februari 2020 jam 07.37 WIB.

⁴News Liputan 6, “Razia Minimarket di Tebet, Petugas Temukan Makanan yang Mengandung boraks”,dikutipdari<http://www.liputan6.com/tag/boraks>diaksespadahariAhadtanggal 24 Desember 2019 jam 14.08 WIB.

⁵News Liputan 6, “BPOM Surabaya Grebek Pabrik Jamu dan Kosmetik Berbahaya”, dikutipdari<http://www.liputan6.com/tag/kosmetik-berbahaya>diaksespadahariAhadtanggal 24 Desember 2019 jam 14.37 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

mendorong pendirian Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Menurut Basu “faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu, *pertama*, faktor internal. Yaitu faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan, pada umumnya faktor internal adalah: a. Kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, b. Kebijakan harga dan promosi yang digariskan perusahaan, c. kebijakan untuk memilih perantara yang digunakan. *Kedua*, faktor eksternal, yaitu faktor yang tidak dapat di kendalikan oleh perusahaan pada umumnya adalah: a. Perkembangan ekonomi perdagangan baik nasional maupun perdagangan moneter, b. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter, c. Suasana persaingan pasar”.⁶

Dari beberapa faktor di atas ada faktor kebijakan pemerintah di bidang perdagangan yang salah satunya mewajibkan mencantumkan label halal pada produk, faktor kualitas produk, dan harga yang mempengaruhi naik atau turunnya penjualan. Dari sini peneliti akan mencoba menerangkan tentang bagaimana pengaruh sertifikat halal dan kualitas produk, pada Rotte Bakery untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Penelitian ini khususnya untuk wilayah konsumen Rotte Bakery Pekanbaru. Penelitian ini diadakan karena konsumen berperan penting dalam meningkatkan

⁶Sudaryono.” *ManajemenPemasaran Teori dan Implementasi*”. (Andi Publisher(Andi Offset) 2016) hlm. 197.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

minat beli apakah itu dari sertifikat halal sebagai kebijakan pemerintah dalam bidang perdagangan ataupun kualitas produk meningkatkan minat beli. Berkaitan dengan hal itu, apakah para konsumen Rotte Bakery Pekanbaru merasakan peningkatan minat beli atau sebaliknya, atau adakah faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli pada Rotte Bakery Pekanbaru tersebut.

Indonesia merupakan negara yang penduduknya adalah pemeluk agama islam terbesar di dunia yang menyebabkan setiap produk atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat apabila tidak memiliki label atau sertifikat dari Majelis Ulama Indonesia akan sulit dipasarkan dan akan mengalami berbagai hambatan dalam pemasarannya di tengah-tengah masyarakat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kelima, kata pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang.⁷ Sedangkan Poerwadarminta berpendapat bahwa pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain.⁸

Dalam Surat Al-Baqaroh (2) ayat 168 yang artinya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

⁷“Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke-5” (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan)JAKARTA 2017, hlm. 747.

⁸Op, Cit hlm845.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”*

Ayat yang lain dalam Al Qur'an, Surat Al Maidah (5) : 88 yang artinya:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: *“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah Telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”*

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal.⁹

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.¹⁰

⁹LPPOMMUI “Sertifikat Halal MUI” dikutip dari <http://www.halalmui.org/diakses> pada hari Ahad tanggal 14 Januari 2018 jam 15.12.

¹⁰Ari Setiyaningrum, Yusuf Udaya, Dan Efendi “Prinsip-PrinsipPemasaran”.. (Andi Offset 2016),hlm 347.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rotte Bakery merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan berupa roti, yang menghasilkan berbagai macam olahan roti yang saat ini diminati dan disukai oleh masyarakat kota Pekanbaru. Dan dalam waktu yang cukup singkat Rotte mampu menguasai industri ini dilihat dari jumlah outlet yang cukup menjamur di kota Pekanbaru, mengingat banyak nya perusahaan yang lain yang bergerak pada bidang industri yang sama. Rotte Bakery Pekanbaru dalam rangka untuk memberikan kepuasan kepada seluruh konsumen dan seluruh penikmat dan pecinta produk olahan roti mereka, menjamin bahwa produk-produk yang mereka hasilkan, adalah produk yang baik dan aman dengan mencantumkan label sertifikasi halal dari MUI pada setiap kemasan produk hasil olahan mereka agar masyarakat yang mengkonsumsi produk olahan mereka merasa aman dan tidak ragu ketika mengkonsumsi roti yang di produksi oleh Rotte Bakery.

Dari latar belakang masalah diatas maka penyusun akan membahas dan melakukan penelitian ini khususnya pada konsumen dengan judul **“PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi kasus pada Rotte Bakery cabang Paus)**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak mengembang sehingga sesuai dengan maksud dan tujuan yang di inginkan maka penulis membatasi permasalahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mengenai “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Rotte Bakery Pekanbaru dalam Perspektif Ekonomi Syariah (*Studi kasus pada Rotte Bakery cabang Rajawali*)”

C. Rumusan Masalah

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru ?
3. Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery pekanbaru
 - c. Untuk mengetahui perspektif Ekonomi Islam mengenai pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Manfaat Penelitian

- a. Untuk menambah ilmu pengetahuan peneliti tentang pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Rotte bakery Pekanbaru dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- b. Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap ini menjadi sumbangan pengetahuan bagi pembaca dan peminat dalam melakukan penelitian terhadap permasalahan yang sama dimasa mendatang.
- c. Guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan strata satu jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

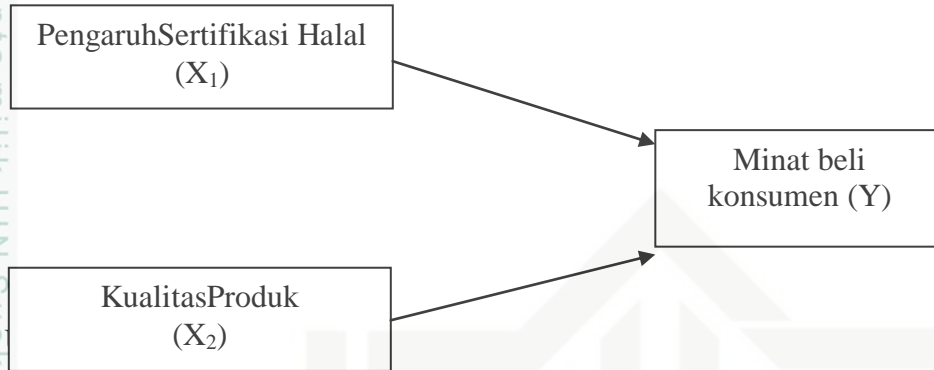
E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan model penelitian yang dijelaskan, dibawah ini disusunlah hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.
3. Sertifikasi halal dan kualitas produk secara stimulan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.

F. Model Penelitian

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Variable adalah atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan orang lain atau satu objek dengan objek lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variable sebagai berikut:

Tabel 1.1
Defenisi Operasional Penelitian

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
Sertifikasi halal (X ₁)	Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis majelis ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari’at islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi yang berwenang	Terdaftar Proses pembuatan Pengolahan produk Bahan Pembuatan	Likert
Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-	Bentuk Fitur	Likert

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(X ₂)	fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan serta atribut lainnya ¹² .	Penyesuaian Kualitaskinerja Kualitaskesesuaian Ketahanan Keandalan Gaya Design	
Minat Beli (Y)	Minat beli konsumen (interest) adalah ketertarikan seseorang konsumen terhadap suatu produk/jasa. Konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena berbagai sebab	Minat transaksional Minat referensial Minat profesional Minat eksploratif	Likert

Pengukuran variable bebas dan variable terikat dalam penelitian ini diatur dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dengan skala penilaian skor dari sangat positif sampai sangat negatif, dengan varian jawaban masing-masing item pernyataan sebagai berikut:¹³

Tabel 1.2
Skala Skor Penilaian

No.	Alternatif	Skor Penilaian
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Metode Penelitian

Guna mendukung suksesnya penelitian ini, baik dalam rangka memberikan jawaban atas permasalahan yang ada maupun terhadap tercapainya tujuan dan manfaat penelitian, maka peneliti telah menetapkan metode penelitian sebagai berikut

¹²Op. Cit Ari Setiyaningrum hal 358

¹³ Sugiyono, *op.cit.*, h. 168



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Lokasi Penelitian.

Adapun penelitian ini, merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Rotte Pekanbaru. Adapun peneliti memilih kota pekanbaru, karena pada umumnya telah menjadi wilayah yang cukup diperhitungkan dan termasuk daerah yang laju perekonomian dan pertumbuhan penduduknya cepat meningkat.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Yang dimaksud subjek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran.¹⁴ Adapun subjek penelitian dalam pembahasan ini adalah orang yang membeli dan mengkonsumsi roti dari Rotte Bakey

Yang dimaksud obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian.¹⁵Adapun objek penelitian ini adalah sertifikasi halal,kualitas produk, dan minat beli konsumen.

3. Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampling.

a. Polulasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁶ Populasi yang akan dijadikan sasaran penelitian adalah seluruh konsumen yang membeli roti di Rotte Bakery yang menjadi objeknya. Jumlah populasi yang cukup besar akan

¹⁴Dr. Kamisa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi terbaru*, 2015(Cv Cahaya Agung Surabaya) , hlm. 862.

¹⁵*Ibid*, hlm. 622.

¹⁶Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*". (Bandung: CV. Alfabeta, 2011), hlm.90.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tetapi tidak semuanya diambil. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan, tenaga, dana, dan waktu. Maka peneliti akan menggunakan sebagian sampel yang diambil dari populasi itu.

b. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut atau responden yang mewakili populasi.¹⁷ Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan *simple randomsampling*. Teknik ini merupakan cara pemilihan sampel dimana anggota dari populasi dipilih satu-persatu secara acak (semua mendapatkan kesempatan yang sama) dimana jika sudah terpilih, tidak dapat dipilih lagi.¹⁸

Dikarenakan jumlah populasi tidak dapat diketahui secara jelas, maka penentuan jumlah sample menggunakan metode Ferdinand yaitu:¹⁹

$n = (5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$

$n = 5 \times 17 \text{ indikator} = 85 \text{ sample. Dan digenapkan menjadi } 90 \text{ sample.}$

4. Jenis dan Sumber data.

Data adalah segala keterangan yang disertai dengan bukti atau fakta yang dapat dirumuskan untuk menyusun perumusan, kesimpulan atau kepastian sesuatu²⁰. Adapun data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk melengkapi penelitian ini dikelompokkan :

¹⁷Ibid. hlm. 90.

¹⁸Sugiyono. "Metodologi Penelitian Kombinasi Cetakan ke-3" (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 122.

¹⁹Soeharto, Badrul "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Manajemen". Bandung: Universitas Padjajaran, 2011, hlm. 11.

²⁰Charlie Rudyat. *Kamus Hukum Edisi Lengkap*, (Pustaka Mahardika) Semarang 2011, h.281

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari para konsumen atau customer yang membeli roti di Rotte Bakery.
- b. Data Sekunder yaitu data yang data pendukung guna melengkapi data primer yang diperoleh perusahaan baik pimpinan maupun staf serta data kepustakaan dan literatur, buku-buku serta pendapat para ahli yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini.

5. Metode Penelitian.

Penelitian ini akan dijelaskan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu pengamatan secara langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan dengan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif sering dinamakan metode tradisional, positivistik, scientific dan metode discovery. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode ilmiah / scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”.²¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kausalitas (*causal research*) yaitu penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2013), hlm.12.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara faktor tertentu yang mungkin menjadi penyebab gejala yang diselidiki.

Penelitian kausal bertujuan untuk menguji hipotesis tentang hubungan sebab akibat.

Kausal merupakan penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, juga mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih.²²

Dalam penelitian ini, pendekatan kausalitas digunakan untuk mencari bagaimana pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen roti Rotte Bakery Pekanbaru.

6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.²³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Pertanyaan-pertanyaan dalam angket berisi pertanyaan tertutup yang disebarkan kepada konsumen roti Rotte Bakery Paus Pekanbaru. Pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan menggunakan *Rating Scale*. Dengan menggunakan *rating scale* responden diminta untuk mengisi salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan, sehingga dengan *rating scale* responden lebih fleksibel dalam melakukan

²²Mudrajat Kuncoro, "Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi -4 (Jakarta: Erlangga, 2014) hlm. 15.

²³Anton Priyo Nugroho. "Statistik untuk Ekonomi dan Sosial Menggunakan SPSS ". (Deepublish:Yogyakarta, 2018), hlm.119.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

penilaian terhadap diri sendiri sesuai dengan pengalaman yang pernah dirasakan dan ditafsirkan secara kualitatif oleh peneliti.

Penilaian *rating scale* dimulai dari penelitian yang paling buruk sampai dengan penilaian paling baik. Seperti skala pengukuran di bawah ini:



7. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini uji validitas alatu kur yang akan dipakai menggunakan teknik *product moment*. Hasil penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.²⁴

Hasil penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.²⁵ Jika r hasil > dari r tabel maka dikatakan valid dan jika r hasil < dari r tabel maka dikatakan tidak valid.

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*". (Bandung: CV Alfabeta, Edisi 2016), hlm. 119.

²⁵*Ibid.* hlm. 109.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tingkat validitas dilihat dengan mengkonsultasikan label *product moment pearson* berdasarkan taraf signifikansi 5% dengan $N = 30$ dan df (*degree of freedom*) = $N-2$ atau dalam kasus ini $df = 30-2 = 28$, maka didapatkan angka r tabel = 0,312. Untuk mengukur validitas kuisioner diambil sampel yang dianggap mewakili keseluruhan responden dengan menggunakan teknik *korelasi product moment*:²⁶

$$r = \frac{n (\sum x \cdot y) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi *product moment*

n = Banyaknya Sampel

x = Nilai dari Item

y = Nilai dari total item

Dengan *level of significance* atau $\alpha = 0,1$ dengan derajat kebebasan ($n-2$) dan n adalah jumlah sampel penelitian, maka dapat dicari r tabel. Kriteria pengujian validitas:²⁷

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$, berarti kuesioner dikatakan valid

$r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti kuesioner dikatakan tidak valid.

²⁶Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hlm. 195.

²⁷Husein Umar, *Riset Pemasaran, dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Media Utama, 2015), hlm. 24.

a. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian ketsabilan alat ukur atau tingkat konsistensi hasil pengukuran dan mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang sama bila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama. Bila suatu pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel.²⁸

Setelah Kuesioner di buat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaa. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2 \cdot b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument)cronbach alfa)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\alpha^2 t$ = Total Varians

$\sum \alpha^2 \cdot b$ = Total Varians Butir

²⁸Saifudin , *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 61.

7. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara kuisisioner (angket). Dapat dilakukan dengan cara member angket yang berisi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis yang sifatnya terbuka atau tertutup kepada responden untuk dijawabnya.²⁹

Kuisisioner ini merupakan daftar pertanyaan terbuka atau tertutup yang didistribusikan kepada responden untuk di isi sehingga hasil isian dari responden merupakan tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang mereka ketahui.

Kuisisioner dalam penelitian ini di distribusikan kepada para owner atau pihak manajemen.

8. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independen (*explanatory*) terhadap satu variable dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini

²⁹Muri Yusuf “*Metode Penelitian, Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan*”, (Jakarta : PT. Prenada Media Group, 2014), hlm. 43.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

biasanya disampaikan dalam rumus. Sedangkan dalam kasus penelitian ini, rumus yang terbentuk adalah:³⁰

$$\hat{Y} = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

Di mana:

\hat{Y} = Peningkatan penjualan sebagai variabel dependen

a = Konstanta

$b_1 - b_5$ = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Sertifikasi halal sebagai variabel independen

X_2 = Kualitas produk sebagai variabel independen

1) Uji-t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, dan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Di mana:

t_{hitung} = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

³⁰Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, Cet. 1, (Semarang: Semarang University Press, 2012), Hlm. 13.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

n = Jumlah sampel

2) Uji-F

Uji f untuk mengetahui pengaruh kedua variabel sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap peningkatan penjualan. Langkah-langkah yang digunakan sebagai berikut :³¹

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Di mana:

R^2 = Koefisien determinasi

N = Banyaknya sampel

k = Banyaknya parameter / koefisien regresi plus konstanta

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi (R^2). Nilai R ini mempunyai range antara 0 sampai $\leq (0 \leq R^2 \leq 1)$. Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati nol maka variabel keseluruhan tidak bias menjelaskan variabel terikat.

³¹Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm 166.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

H. Studi Terdahulu.

1. Reni Kumala Sari, ekonomi Syariah 2019 IAIN Ponorogo, “PENGARUH HARGA DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HERBAL PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI)” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga secara parsial mempunyai hubungan dan berpengaruh terhadap minat pembelian produk kosmetik HPAI. Label halal yang tercantum dalam kemasan produk kosmetik HPAI mempunyai hubungan namun tidak berpengaruh terhadap minat pembelian produk kosmetik HPAI. Secara parsial label halal tidak berpengaruh signifikan akan tetapi secara simultan berpengaruh signifikan, hal tersebut disebabkan karena responden dalam mengisi angket banyak yang menjawab netral ditambah hasil uji menunjukkan variabel harga paling dominan daripada variabel label halal. Sehingga, secara simultan harga dan label halal mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik HPAI sebesar 19,7%. Sedangkan yang lainnya di pengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Siti Mutaalimah, Ekonomi Islam 2018 UII Yogyakarta, “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SARIAYU BERLABEL HALAL”. Hasil penelitian secara serentak (simultan) bahwa ketiga variabel tersebut harga, kualitas produk dan religiusitas secara

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

simultan/ bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pembelian produk kecantikan Sariayu berlabel halal, dengan nilai Sig. sebesar 0,003 yang dimana nilai Sig. nya lebih kecil dari 0,05 atau 11,7% perilaku pembelian produk kecantikan Sariayu dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan religiusitas dan 88.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Siti Suriati Rahmi 2018, Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara, “PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label halal secara parsial menunjukkan t-hitung (3,560) > t-tabel (1,984) dengan sig. Sebesar 0,001 yang berarti variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk secara parsial, menunjukkan t-hitung (8,255) > t-tabel (1,984) dengan sig. Sebesar 0,000 yang berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif dan sig. terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji- F), terlihat bahwa F-hitung (105,888) > F-tabel (3.09) dengan sig sebesar 0,000 yang berarti variabel label halal dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan sig. terhadap keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square sebesar 0,828 yang berarti keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di paju Medan dapat dipenuhi oleh label halal dan kualitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk sebesar 68,6 % sedangkan sisanya 31,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

I. Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan suatu kesatuan alur pemikiran dan menggambarkan proses penelitian, adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai Latar belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang sejarah berdirinya PT Rotte Bakery Visi dan Misi Rotte Bakery, Manajemen, serta produk unggulan yang di tawarkan.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini akan di jelaskan yang berkaitan tentang teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, pengertian sertifikasi halal dan kualitas produk kemudian minat beli konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

BAB V

:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Rotte Bakery Pekanbaru dan perspektif Ekonomi Islam mengenai pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk dan harga.

:PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Usaha Rotte Bakery Pekanbaru

Usaha Rotte Bakery berdiri pada tahun 2015 lalu, yang didirikan oleh Bapak Syafrizal Abdul Rasyid. Sebelum membuka Rotte Bakery beliau sudah memiliki usaha kue kering yang bernama Kampung Cookies yang berdiri sejak tahun 2007. Seiring jalan nya waktu, karena sifat kue kering itu tahunan yang dijual pada bulan Ramadhan menjelang hari raya Idul Fitri, maka beroperasi itu hanya sekali setahun saja. Jadi, mesinnya nganggur tidak terpakai karena harus menunggu tahun depan berikutnya kembali baru mulai beroperasi dan begitu juga dengan ruko yang ditempati juga seperti itu. Kemudian Bapak Syafrizal mulai berpikir untuk berdagang dengan sifat harian dan masuklah kedunia bakery. Ditahun 2015 memulai Rotte Bakery dengan berjualan donat, tetapi sistemnya itu dititipkan ke warung-warung menggunakan jasa sales. Dengan sistem tersebut kurang menguntungkan ditahun 2016 awal sistemnya berubah dengan menggunakan outlet seperti yang sekarang. Pada tanggal 8 Januari 2016 awalnya Rotte Bakery berdiri dengan sistem outlet seperti sekarang ini. Seiring berjalannya waktu sekitar setahun lebih Rotte Bakery kemudian menggunakan sistem kemitraan untuk membuka cabang-cabang baru. Pada tahun 2017 bulan September mulai membuka cabang Rotte Bakery dengan sistem kemitraan. Pada saat ini Rotte Bakery sudah memiliki 27 cabang di Riau dan di daerah Jabodetabek. Setiap outlet memiliki sekitar 10 investor. 21 Rotte Bakery hadir melayani masyarakat untuk menghadirkan berbagai varian roti berkualitas dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harga yang terjangkau dan dengan rasa yang terbaik. Karena selama ini bakery itu hanya bisa dinikmati oleh kalangan menengah keatas dan biasanya bakery selama ini juga harganya relatif mahal. Jadi, dengan hadir nya Rotte Bakery di masyarakat bakery bisa dinikmati oleh semua kalangan baik kalangan menengah kebawah maupun menengah keatas. Rotte Bakery perusahaan yang berbasis Islam. Perusahaan ingin seluruh tim spiritualnya meningkat, ibadahnya meningkat. Ketika suara adzan berkumandang para tim Rotte Bakery atau yang sering disingkat ROTTEAM harus segera melaksanakan tugas nya sebagai seorang Muslim untuk sholat dan khusus untuk laki-laki harus bergegas ke Masjid untuk shalat berjama'ah. Untuk sistem penggajian yang selama ini diterapkan banyak perusahaan dengan standar UMR maka Rotte Bakery tidak menerapkan itu, Rotte Bakery sendiri menerapkan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah guna untuk mensejahterakan kehidupan tim. Sistem bagi hasil ini juga diterapkan untuk investor. Keuntungan Rotte Bakery juga di alokasikan 20% untuk kegiatan sosial seperti membantu kaum Dhuafah, anak yatim, fakir miskin, membangun Masjid, membangun pesantren gratis, rumah sakit gratis dan lain sebagainya. yang di kelola oleh Yayasan Rotte Indonesia Mulia. Selain bekerja, perusahaan ingin juga beramal untuk orang yang membutuhkan. Usaha Rotte Bakery ini berpusat di jalan Bukit Barisan Kompleks Ruko Bukit Garden Residence No. 6 Tangkerang Timur Pekanbaru. Jam Operasional Rotte Bakery dimulai jam 06.00 pagi sampai dengan jam 22.00 malam. Rotte 22 Bakery sudah mendapatkan izin usaha P-IRT No. 206141010358-19 dan sudah bersertifikasi Halal dari MUI.22

Usaha Rotte Bakery terdiri dari delapan kategori Cake, Donat, Fit-O, Gandum, Roti Manis, Pillow, Tawar, Selai dan Isian. Dengan 90 varian sebagai berikut:

Tabel II.1

Daftar Nama Roti Dan Harga Roti Rotte Bakery Cabang Rajawali Pekanbaru

No	Nama Roti	Harga @Rp
1	Almond Durian	Rp 5.500
2	Banana Chese Chocochips	Rp 5.500
3	Banana Messes Maxicana	Rp 5.500
4	Butter Coffee	Rp 5.500
5	Butter Fanila Coconut	Rp 5.500
6	Beef fillos	Rp 6.600
7	Chese Custard bun	Rp 5.500
8	Cheese Stick Almond	Rp 6.600
9	Chicken Fillos Spicy	Rp 7.700
10	Chicken Fillos Sweet	Rp 7.700
11	Cheese Fillos	Rp 4.400
12	Coklat and Coklat	Rp 5.500
13	Coklat Fillos	Rp 4.400
14	Coklat Milo	Rp 5.500
15	Coklat Oreo	Rp 6.600
16	Coklat Special	Rp 5.500
17	Coklat Strusel	Rp 5.500
18	Cream Cheese Filling	Rp 5.500
19	Double Bun Blueberry	Rp 5.500
20	Double Bun Strawberry	Rp 5.500
21	Duria Filling	Rp 5.500
22	Egg Bun	Rp 6.600
23	Fit-O Coffe	Rp 5.500
24	Fit-O Vanilla	Rp 6.600
25	Hot Saussage	Rp 6.600
26	Mex Cheese Bun	Rp 5.500
27	Nascup Bun	Rp 5.500
28	Pandan Cheese	Rp 5.500

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

29	Pisang Coklat	Rp	5.500
30	Pizza Van	Rp	7.700
31	Red Bean Flower	Rp	5.500
32	Rice Co. Bean	Rp	5.500
33	Sausage Bun	Rp	6.600
34	Sausage Twist	Rp	5.500
35	Sausage Roll	Rp	5.500
36	Strawberry Parmesan	Rp	5.500
37	Classic Tuna Bun	Rp	6.000
38	Vegetable Sausage	Rp	6.600
39	Vla Vanilla Bun	Rp	5.000
40	Abon Roll	Rp	7.700
41	Cheese Roll Bun	Rp	5.500
42	Coklat Roll Bun	Rp	5.500
43	Ball Vanilla Sugar	Rp	8.800
44	Ball Cho. Chip	Rp	11.000
45	Banana Choco Bar	Rp	8.800
46	Black Forest Sisir	Rp	13.200
47	Blueberry Streusel	Rp	8.800
48	Bread n' Coffe	Rp	12.100
49	Cho. Raischip Bread	Rp	14.300
50	Raispple Sweet	Rp	13.200
51	Milk Cheese	Rp	15.400
52	Red Bean Twist Cho. Chip	Rp	13.200
53	Vanilla Mocca Jumbo	Rp	13.200
54	Sweat Pilar	Rp	8.800
55	Pillow Cheese	Rp	13.200
56	Pillow Cho. Chip	Rp	9.900
57	Pillow Coklat	Rp	13.200
58	Pillow Combi	Rp	13.200
59	Pillow Kelapa	Rp	9.900
60	Pillow Plain	Rp	8.800
61	Pillow Potato	Rp	13.200
62	Pillow Srikaya	Rp	13.200
63	Pillow Vla	Rp	13.200
64	Tawar Ori	Rp	11.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

65	Tawar Ori Kotak	Rp	8.800
66	Tawar Pandan	Rp	11.000
67	Tawar Pandan Kotak	Rp	8.800
68	Tawar Coklat Kotak	Rp	13.200
69	Tawar Marble	Rp	13.200
70	Tawar Marble Kotak	Rp	11.000
71	Tawar Gandum	Rp	13.200
72	Tawar Kotak	Rp	13.200
73	Fit-O mini	Rp	2.200
74	Coklat Spesial Mini	Rp	2.750
75	Vegetable Mini	Rp	3.300
76	Donat Besar	Rp	3.300
77	Donat Kecil	Rp	2.200
78	Muffin Vanilla Besar	Rp	11.000
79	Muffin Vanilla Kecil	Rp	6.600
80	Muffin Choco Chip	Rp	6.600
81	Muffin Keju	Rp	6.600
82	Brownies	Rp	38.500
83	Bakpia	Rp	13.000
84	Selai Srikaya	Rp	5.500
85	Selai Bella Coklat	Rp	25.300
86	Selai Bella Tiramisu	Rp	25.300
87	Selai Bella Kacang	Rp	25.300
88	Meses Bella	Rp	6.300
89	Bagelan Butter	Rp	19.800
90	Bagelan Kari	Rp	19.800

B. Visi dan Misi

1. Visi (Ada Disemua Suasana)

- Produk sangat diminati semua kalangan karena memberi value kepada konsumen dengan produk terenak, termurah dan mudah didapat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- b. Memberikan value kepada Rotteam tidak hanya “penghasilan untuk hidup layak” tapi juga “pendidikan kehidupan” agar didapat kesejahteraan dunia dan akhirat.
- c. Berkontribusi maksimal dan bermanfaat untuk Masyarakat dengan “Rotteam Peduli”.

2. Misi

1. Menjadi Spiritual Company yang berlandaskan Islam.
2. Membangun sumber daya manusia Rotteam yang komprehensif dalam hal skill, moril, materil dan spiritual dengan pelatihan yang berkesinambungan.
3. Membangun organisasi yang excellent, kuat dan professional.
4. Rotteam bertekad membantu masyarakat mendapatkan produk bakery yang berkualitas, enak, murah dan mudah di dapat. Rotteam menjadikan “bakery bukan barang mahal lagi”.
5. Rotteam bukan “karyawan” tapi “pengusaha/entrepreneur” yang bekerja di Rotte Bakery dengan konsep bagi hasil yang adil. Dengan mental entrepreneur maka Rotteam akan terbangun:
 - a) Sense of belonging yang tinggi
 - b) Memotivasi Rotteam untuk meningkatkan kinerja yang lebih tinggi.
 - c) Meningkatkan rasa tanggung jawab.
 - d) Meningkatkan teamwork yang berkesinambungan antar Rotteam.
 - e) Memacu Rotteam untuk mengembangkan usaha dengan lebih baik dan lebih baik.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f) Mempersiapkan Rotteam menjadi “pengusaha sesungguhnya” dengan memiliki cabang Rotte Bakery (dan/atau usaha lain) dari penghasilannya yang diinvestasikan.
 - g) Maka hasil akhirnya yang diharapkan seluruh Rotteam bersama Rotte Bakery dan masyarakat menjadi besar dan membesarkan, menjadi kuat dan menguatkan, menjadi kaya dan mengayakan, menjadi berdaya dan memberdayakan, menjadi luas dan memperluaskan, menjadi tinggi dan meninggikan.
6. Berkontribusi maksimal untuk pemberdayaan masyarakat, untuk kepentingan pendidikan yang mencerahkan, membangun kekuatan dakwah dan syiar Islam.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi sudah dapat dipastikan mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang diperlukan adanya pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang tercermin dalam struktur organisasi. Suatu struktur organisasi perusahaan yang telah disusun biasanya mencerminkan garis-garis otorisasi, dan tanggung jawab yang akan dilaksanakan oleh para anggota organisasi tersebut. Tanggung jawab serta keseluruhan akhirnya tertumpu pada puncak pimpinan perusahaan yang mengurus dan mewujudkan kerjasama yang harmonis di antara para karyawan dengan harapan agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara tepat guna dan berhasil guna.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

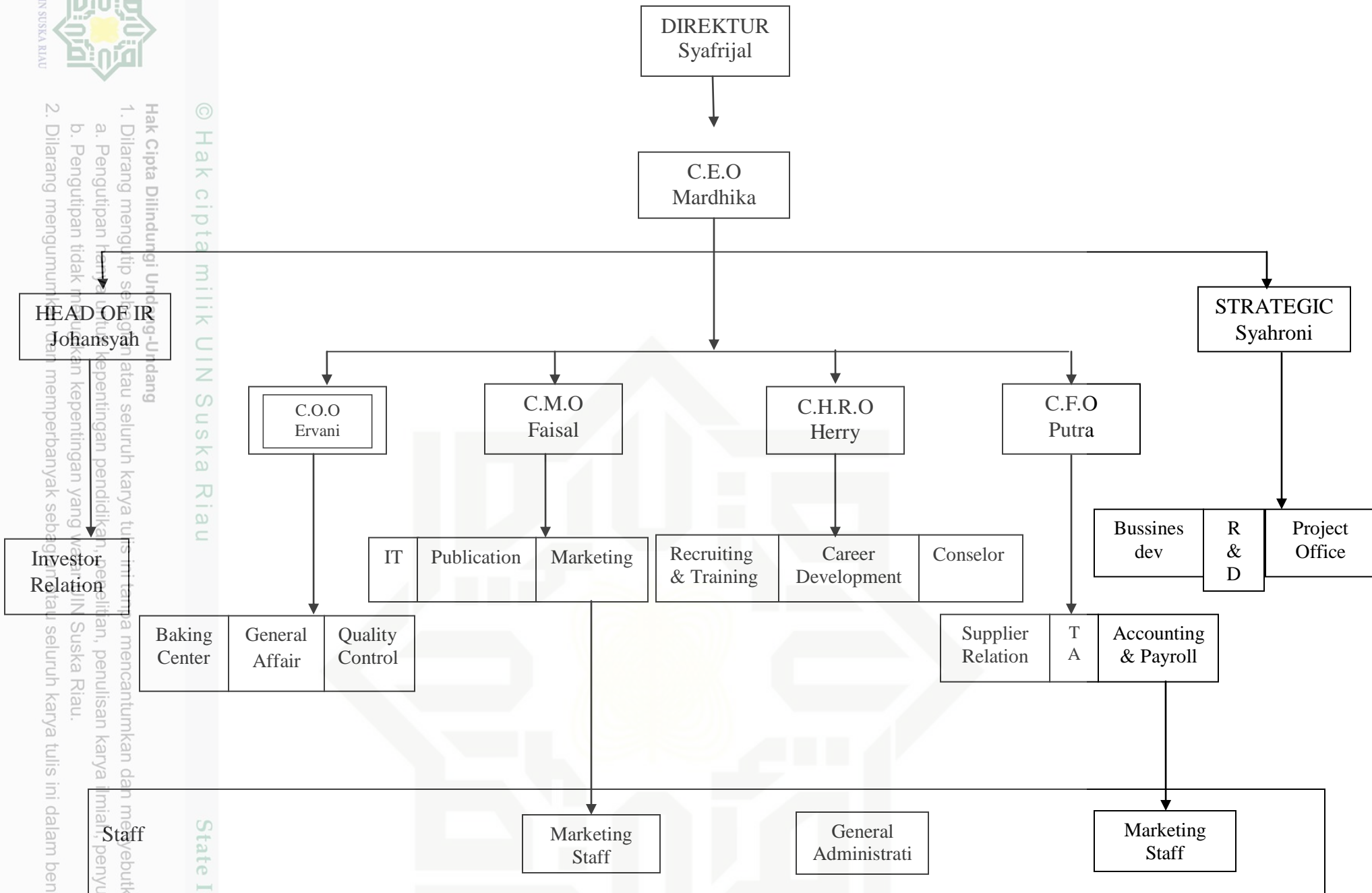
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur organisasi mempunyai tiga fungsi yaitu:

1. Menciptakan kesuksesan bagi suatu bisnis, dengan memiliki struktur organisasi kita telah berimajinasi seperti apa bisnis kita dimasa mendatang.
2. Memudahkan pengembangan sumber daya manusia, dengan struktur organisasi kita mampu melihat bagian-bagian mana saja yang nantinya membutuhkan SDM dan dapat menempatkannya sesuai dengan keahliannya.
3. Fungsi delegasi yaitu dengan struktur organisasi kita bisa dengan mudah melakukan pelimpahan pekerjaan atau wewenang kepada orang yang tepat.

Struktur Organisasi Rotte Bakery didasarkan pada hasil pemikiran dan pertimbangan dan kemampuan masing-masing staf sebagai berikut:





BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua, kata pengaruh adalah “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang”.³²

Sedangkan Poerwadarminta “berpendapat bahwa pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain”.³³

Sedangkan definisi pengaruh menurut Badudu dan Zain pengaruh adalah³⁴:

- Daya yang menyebabkan sesuatu terjadi
- Sesuatu yang dapat membentuk dan mengubah suatu yang lain
- Tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuatan orang lain

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah sebagai suatu atau daya yang ada atau timbul dari suatu hal yang memiliki akibat atau hasil dan dampak yang ada.

³² Poerwadarminta, “Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke-2” (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 747.

³³ Poerwadarminta, Idem, “Kamus Umum Bahasa Indonesia” (Jakarta: Depdiknas, 1984), hlm. 845.

³⁴ Badudu J.S dan Zain, “Kamus Umum Bahasa Indonesia” (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm. 1031.



Hak Iptta Dilindungi Undang-Undang

B. Pengertian Halal

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”, secara etimologi “halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya atau diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi”.³⁵

Halal (Arab: حَالٍ ḥalāl; diperbolehkan) adalah “segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam”. Istilah ini dalam kosa kata kita sehari-hari lebih sering dipakai atau digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Pasangan halal adalah “thayyib yang berarti baik. “Suatu makanan dan minuman tidak hanya halal, tetapi harus thayyib; apakah layak dikonsumsi atau tidak, atau bermanfaat bagi kesehatan”.³⁶

Cukup banyak ayat AlQuran dan Hadist yang menjelaskan tentang kehalalan ini, diantaranya: Dalam Surat Al-Baqaroh (2) ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُبِينٌ

³⁵ Eri Agustian H dan Sujana, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Wall’s Conello)”, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, (Vol 1 No 2, Juli 2013), hlm. 171

³⁶ Wikipedia “Pengertian Halal” dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Halal> di akses pada hari Ahad tanggal 14 Mei 2020 jam 14.45.

Artinya: “Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Ayat yang lain dalam Al Qur'an, Surat Al Maidah (5) : ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا^ج وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: “dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayib) dari apa yang telah dirizkikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepada-Nya”

Ayat lain dalam Al-Qur'an juga menyebutkan dalam surat AlBaqorah (2) ayat 172-173 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾ إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهْلَ بِهِ لغيرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa 33 dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Ayat lain dalam Al-Qur'an juga menyebutkan dalam surat AnNahl (16) ayat 68-69 yang berbunyi:

وَأَوْحَىٰ رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ أَنْ اتَّخِذِي مِنْ أَجْبالِ بُيُوتًا وَمِنْ الشَّجَرِ وَمِمَّا يَعْرِشُونَ ﴿١٨﴾
ثُمَّ كُلِي مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلُلًا ۚ تَخْرُجُ مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلَفٌ
أَلْوَنُهُ ۚ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ ۚ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٩﴾

Artinya: “Dan Rabbmu mengilhamkan kepada lebah: „Buatlah sarang-sarang di bukit-bukit, di pohon-pohon kayu, dan di tempat-tempat yang dibikin manusia. Kemudian makanlah dari tiap-tiap (macam) buah-buahan dan tempuhlah jalan Rabbmu yang telah dimudahkan (bagimu). Dari perut lebah itu keluar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Rabb) bagi orang-orang yang memikirkan.

Ayat lain dalam Al-Qur'an juga menyebutkan dalam surat AlBaqorah (2) ayat

219 yang berbunyi: 34

﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۚ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْغَفْوُ ۚ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١٩﴾﴾

Artinya: “Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: “Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya”. Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: “Yang lebih dari keperluan”. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir”

Terdapat hadis yang menjelaskan tentang kehalalan yakni dari Abu Abdillah

Nu'man bin Basyir ra, “Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: 35

Artinya: “Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka, barang siapa yang takut terhadap syubhat, berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan barang siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

diharamkan. Sebagaimana penggembala yang menggembalakan hewan gembalaannya di sekitar (ladang) yang dilarang untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang Dia haramkan. Ketahuilah bahwa dalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh. Ketahuilah bahwa dia adalah hati” (HR. Bukhari dan Muslim).

Halal Menurut Departemen Agama yang dimuat dalam PERMENAG RI No 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah: “tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam”.³⁷

Halal merupakan istilah dari bahasa Arab yang artinya “diperbolehkan, legal, dan sesuai hukum Islam atau Syariah”. Jika dikaitkan dengan produk farmasetik, makanan, dan minuman, maka halal dapat dimaknai sebagai produk farmasetik, makanan atau minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh seorang muslim. Aturan syariah memperbolehkan setiap orang untuk makan dan minum atau mengkonsumsi segala sesuatu, termasuk produk farmasetik, yang disukai sepanjang produk tersebut tidak bersifat haram.³⁸

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa halal atau pangan yang halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi, terutama dalam hal makanan dan minuman. Ada beberapa kriteria halal, yaitu halal dzatnya, halal cara memperolehnya, dan halal cara pengolahannya. Halal zatnya yaitu

³⁷ Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 “Tentang Pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia” (Bab 1 Ketentuan Umum, Pasal 1 point a).

³⁸ Abdul Rohman, “Pengembangan dan Analisis Produk Halal”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal. 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

“makanan yang dari dasarnya halal untuk dikonsumsi dan telah ditetapkan kehalalannya dalam Al-Quran dan Hadis, sedangkan halal cara memperolehnya adalah “makanan yang diperoleh dengan cara yang baik dan sah, makanan akan menjadi haram apabila cara memperolehnya dengan jalan yang batil karena itu bisa merugikan orang lain dan dilarang oleh syariat”, sedangkan halal cara pengolahannya adalah “makanan yang semula halal dan akan menjadi haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat agama”.

Berikut berbagai aturan tentang kehalalan dan keharaman suatu produk:³⁹

- a. Segala sesuatu pada dasarnya adalah diperbolehkan, dengan beberapa pengecualian yang dilarang secara khusus.
- b. Menghalalkan dan mengharamkan suatu produk apapun merupakan hak Allah SWT semata
- c. Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram serupa dengan syirik (mensekutukan Allah SWT).
- d. Alasan mendasar diharamkannya segala sesuatu adalah timbulnya keburukan dan bahaya.
- e. Pada yang halal terdapat sesuatu yang bisa menghindarkan dari yang haram. Allah SWT hanya melarang segala sesuatu yang diperlukan dengan menggantinya dengan sesuatu pilihan yang lebih baik.
- f. Apapun yang membawa ke produk non-halal adalah tidak diperbolehkan.

³⁹ Ibid hlm 2-3



- g. Bersiasat atas produk yang non-halal adalah tidak dibenarkan.
- h. Niat yang baik tidak dapat membenarkan yang haram.
- i. Menjauhkan diri dari sesuatu atau produk yang syubhat (meragukan) adalah dianjurkan karena takut terjatuh pada produk yang non-halal.
- j. Tidak ada memilah-milah terhadap suatu produk non halal.

C. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal MUI adalah “fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari’at Islam”. Sertifikat Halal MUI ini merupakan “syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang”. “Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal”.⁴⁰

Sertifikat halal merupakan “sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat- obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan untuk pembuatan label halal”.⁴¹

⁴⁰ LPPOMMUI “Sertifikat Halal MUI” dikutip dari <http://www.halalmui.org/> diakses pada hari Ahad tanggal 14 Mei 2020 jam 15.12.

⁴¹ Departemen Agama Republik Indonesia, “Panduan Sertifikasi Halal”, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2008), hlm. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau

Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999, tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan.⁴²

Menurut Shaari dan Arifin sertifikasi halal adalah “jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengkonsumsi suatu produk makanan sesuai ajaran agama Islam. Sertifikasi halal juga menandakan kualitas, kebersihan, dan higienis suatu produk. Produk yang bersertifikat halal dapat dibuktikan dengan logo halal pada kemasan produk. Produk ini terbukti lolos uji halal oleh MUI. Produk yang terbukti halal telah melalui serangkaian proses dan pengujian yang terbukti tidak mengandung najis dan diperbolehkan untuk dikonsumsi”.⁴³

Menurut Shaari dan Arifin ada “beberapa indikator sarana untuk memilih produk yang bersertifikat halal yaitu”.⁴⁴

1. Logo halal penting dalam memilih produk.
2. Pilih produk halal berdasarkan logo halal pada produk.
3. Membeli tanpa mempertimbangkan institusi mana.
4. Tidak masalah siapa yang menghasilkan logo halal.

⁴² Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan

⁴³ Abdul, J., Shaari, N., & Shahira, N. “Dimension of Halal Purchase Intention” : A Preliminary Study Shaari & Arifin. International Review of Business Research Papers, (2010) 6(4), hlm 444-456

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 8.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Ketahuilah bahwa logo palsu ada.
6. Ketahuilah untuk membedakan antara logo halal asli dan tidak asli.
7. Kenali produk tertentu yang mendapatkan sertifikat halal dari negara lain.
8. Akan membeli produk yang memiliki logo halal dari negara lain.
9. Akan selalu berhati-hati saat memilih produk dengan logo halal.

“Komitmen Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam rangka secara terus-menerus melakukan penelitian dan selanjutnya memberikan label halal terhadap berbagai jenis makanan, kosmetik dan daging olahan yang beredar di masyarakat dalam berbagai kemasan secara terus menerus dilaksanakan dalam upaya memberikan kepastian status makanan yang akan dikonsumsi dan produk kosmetik yang akan dipakai”. “Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu”.⁴⁵

- a. Tidak mengandung babi dan bahan dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan yang diharamkan seperti bahan dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain.
- c. Semua yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut syariat Islam.
- d. Tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
- e. Semua makanan dan minuman tidak berbahan khamar.

⁴⁵ Prof. Dr. Hj. Aisjah Girindra, “Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal” (Jakarta: LP POM MUI, 1998) hlm. 124-125.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Oleh karena itu maka penting untuk memberikan label halal pada setiap kemasan makanan yang akan diproduksi agar kaum muslim merasa aman mengkonsumsinya dan terbebas dari dosa. “Pemberian label halal pada pangan yang dikemas bertujuan agar masyarakat memperoleh informasi yang benar dan jelas atas setiap produk pangan, baik menyangkut asal, keamanan, mutu, kandungan gizi maupun keterangan lain yang diperlukan”.

D. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.⁴⁶

Sedangkan menurut Garvin dan A. Dale Timpe 1990, (dalam Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.⁴⁷

⁴⁶ Kotler, Philip dan Gary Amstrong, “ Prinsip-Prinsip Pemasaran”. Edisi 12. (Jakarta:Erlangga 2008), hlm 347.

⁴⁷Garvin Dale Timpe 1990, “Education. Kualitas Keunggulan”, (Penerbit Edisi Erlangga III) hlm.258

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Sedangkan menurut Mc Charty dan Perreault mengemukakan “bahwa produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya”.⁴⁸

Sedangkan menurut Saladin, produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”.⁴⁹ Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan.

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd “apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi atau indikator apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing”. Dimensi kualitas produk yaitu:⁵⁰

a. *Performance* (kinerja), “berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk”.

⁴⁸McCarthy, Jerome, E, Perreault, William D, “Dasar-dasar Pemasaran” Edisi kelima, alih Bahasa : Agus Darma. (Jakarta : Erlangga 2003), hlm. 107.

⁴⁹Saladin, H. Djalsim dan yevis marty Oesman, “Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik” (Bandung : CV. Linda karya), hlm. 121.

⁵⁰ Orville, Larreche, dan Boyd, “Marketing Managemen : A Strategic, Decision Making Approach” (Penerbit McGraw-Hill New York City 2005), hlm. 422.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- b. *Durability* (daya tahan), “yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk”.
- c. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu “sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk”.
- d. *Features* (fitur), adalah “karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk”.
- e. *Reliability* (reliabilitas), adalah “probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan”.
- f. *Aesthetics* (estetika), “berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk”.
- g. *Perceived Quality* (kesan kualitas), “sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



E. Pengertian Minat Beli.

Minat adalah keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut⁵¹.

Menurut Wingkel bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu⁵².

Kemudian Sumadi Suryabrata mendefinisikan minat, adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah permintaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya⁵³.

Menurut Mowen minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian⁵⁴.

Definisi ini sama dengan yang dikemukakan oleh Peter dan Olson yang mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu

⁵¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Fakultas Psikologi UGM Yogyakarta, 1981. Hal 38

⁵² Wingkel W.S. *Psikologi Pendidikan*, (PT. Gramedia, Jakarta, 1993). Hal 38.

⁵³ Sumadi Surya Brata, *Psikologi pendidikan*, (PT Grafindo Perkasa Rajawali, Jakarta 2002) hal 68)

⁵⁴ Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta. Hal : 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian⁵⁵.

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan⁵⁶.

Definisi lain minat konsumen adalah semua tindakan konsumen untuk memperoleh dan menggunakan barang dan jasa⁵⁷.

Menurut Lamb, minat konsumen adalah proses seseorang pelanggan dalam membuat dan menggunakan barang barang dan jasa yang dibeli⁵⁸.

Minat konsumen adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan⁵⁹.

Menurut Ismail minat konsumen (interest) dapat juga didefinisikan sebagai ketertarikan seseorang konsumen terhadap suatu produk/jasa. Konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena berbagai sebab, misalnya⁶⁰:

⁵⁵ Peter, Paul. J and Olson , *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Keempat Jilid-1. Erlangga Jakarta

⁵⁶ Mutiara Lumpur, 2010 Pengertian minat konsumen <http://www.mutiaralumpur.blogspot.com.html>, 23 agustus 2018.

⁵⁷ Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta. Hal : 10.

⁵⁸ Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta. hal 188.

⁵⁹ Kotler dan Keler, *Manajemen Pemasaran* , Jilid 1 Edisi ke 13 , Jakarta, Erlangga 2009. Hal 240

⁶⁰ Ismail, Zurida., dan Ali M, 2004, *Assessing student Teachers Understanding Of The Biology Syllabus Through Concept Mapping, Proceesding Of The First Int. Conference On Concept Mapping*. A.J., Canas, J.D., Novak, F.M., Gonzalez, Eds, Pamplona, Spain. hal 92

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Karena produk/jasa *feature*, Dalam hal ini konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena penampakannya menarik.
2. Karena produk/jasa *benefits*, Dalam hal ini konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena manfaat yang diberikan oleh produk/jasa tersebut
3. Karena informasi, Dalam hal ini informasi tentang produk/jasa yang sampai kepada konsumen dari kelompok rujukan, influencer dan lain-lain.

Minat beli dapat di identifikasikan melalui indikator – indikator sebagai berikut⁶¹ :

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat profesional, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat – sifat positif dari produk tersebut.

Perilaku konsumen seperti didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk, adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan,

⁶¹ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal 129



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

mengevaluasi, dan bertindak pasca mengkonsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya⁶².

Menurut Engel (2006), perilaku konsumen adalah tindakan langsung yang terlibat dalam pemerolehan, pengonsumian, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini⁶³.

Menurut Griffin (2005) perilaku konsumen semua kegiatan, tindakan serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi⁶⁴.

Sementara menurut Ariely dan Zauberaman (2006) perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan⁶⁵.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, menurut kinneer dan taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan

⁶² Ristiyanti Prasetijo dan Jhon Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), hal 9

⁶³ Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekan Praktis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi 2013) hal 7.

⁶⁴ *Ibid*

⁶⁵ *Ibid*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



F. Jasa dan Pelayanan dalam Ekonomi Islam.

Pelayanan jasa yang baik sangat di anjurkan dalam islam sebagaimana yang telah tersurat dalam kisah nabi Syu'aib a.s yang meminta nabi musa a.s untuk bekerja kepadanya, dan juga tersurat daam Al-qur'an surat Al-qashash : 26 :

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْبَأُتِ اسْتَعْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَعْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

Artinya : Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), Karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang Kuat lagi dapat dipercaya".(Q.S Al-Qashash : 26)⁶⁶

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya :“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah mapun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu.

⁶⁶ Departemen Agama RI, Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahnya. Diponegoro, Bandung. Hal 388.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya "(Q.S Ali-Imran : 159)⁶⁷

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Islam juga menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalah-nyai amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam hadis Rasulullah saw diriwayatkan oleh Bukhari :

قَالَ: قَالَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضُيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ، كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ (أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي الْكِتَابِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ)

⁶⁷ Op.Cit Departemen Agama RI, Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahnya. Hal 71.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : Dari Abu Hurairah r.a berkata Rasulullah SAW bersabda “Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya. Salah seorang sahabat bertanya : bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Rasulullah menjawab : apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya” (H.R Bukhari)

Dalam islam jual-beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syarat’.

Jual-beli adalah akad *mu’awadah* yakni akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang.

Syafi’iyah dan Hanabilah memandang bahwa objek jual – beli bukan hanya barang (benda), tetapi juga manfaat, dengan syarat tukar menukar berlaku selamanya bukan untuk sementara⁶⁸.

Kesuksesan dakwah nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan pesan dakwah dan mensosialisasikan islam keseluruh penjuru dunia menjadi keagungan sekaligus tanda tanya bagi para pengamat sejarah barat, karena kesuksesan ini harus diteliti dan diketahui agar menjadi pedoman bagi pelaku public relations mengenai sifat dan sikap nabi Muhammad SAW⁶⁹.

⁶⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), Cet. Ke 1 hal 173.

⁶⁹ Iqra Alfirdaus, *Kiat Hebat Public Relations Ala Nabi Muhammad SAW*, (Jogyakarta: Najah, 2013), Cet Ke-1. Hal 43.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Statistical Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Didalam Al-qur'an, terdapat 360 ayat yang berbicara tentang "*al-amal*", sebanyak 109 ayat tentang "*al-fi'li*", belum lagi tentang "*al-kasb*" sebanyak 67 ayat dan "*assa'yu*" sebanyak 30 ayat. Semua ayat-ayat tersebut mengandung hukum-hukum yang berkaitan dengan kerja, menetapkan sikap-sikap terhadap pekerjaan, memberi arahan dan motivasi, bahkan contoh-contoh kongkrit tanggung jawab dalam kerja. Melihat gambaran bagaimana islam terhadap etos kerja ini, di bagi dalam tiga pandangan⁷⁰ :

Pertama : pandangan dan sikap islam terhadap "*kerja* " apabila kita mengikuti nash-nash qur'aniyah maupun sunnah nabawiyah, maka pemakaian kata "*al-amal*" tidak hanya memberikan konotasi pada amal ibadah makhdoh, tetapi juga amal-amal yang berbobot iqthisodiyah (ekonomis) dan ijtima'iyah sosial, seperti : dalam surat yasin ayat 35 :

لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ ﴿٣٥﴾

Artinya : *Supaya mereka dapat makan dari buahnya, dan dari apa yang diusahakan oleh tangan mereka. Maka mengapakah mereka tidak bersyukur?*⁷¹

Menurut para mufassir, mensyukuri nikmat menuntut adanya upaya menjaga kelestarian ni'mat itu. Kemudian dalam surat An-Nahl ayat 93 :

وَلْتَسْكُنَنَّ عَمَّا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿٩٣﴾

⁷⁰ Muhammad Thalbah Hasan, *Islam & Masalah Sumber Daya Manusia*. (Jakarta Selatan: Lantabora Press, 2005), hal 238-242.

⁷¹ *Op.Cit* Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahnya*. Hal 442..



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : *Dan sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan*⁷². Ayat ini memberikan isyarat tentang jawab atas suatu pekerjaan.

Umumnya para ulama sepakat, bahwa industri (shina'at) dan pekerjaan-pekerjaan lain yang dibutuhkan oleh masyarakat luas, hukumnya fardhu kifayah. Imam al-Ghazali dalam bukunya "*Thya' Ulumuddin*" dalam jilid 2 menyatakan : "*bahwa yang termasuk fardhu kifayah adalah semua pengetahuan dan profesi yang sangat dibutuhkan untuk kepentingan hidup di dunia, seperti kedokteran, hisab dasar industri, dan politik*". Dan Ibnu Taimiyah dalam bukunya "*Al-Hisbah*", mengatakan : "*lebih dari seorang pengikut Imam Syafi'i, Imam Hambali, dan lain-lain, seperti Abi Hamid AL Gozali, Abi AL-Fanian, Ibnu Al-Jauzi dan yang lainnya mengatakan, bahwa pertanian, pertekstilan, kontruksi bangunan (AL-filahah wal al nijasah, wa al binayah) adalah termasuk kedalam fardhu kifayah karena kemaslahatan hidup manusia tidak mungkin sempurna tanda adanya keahlian dan profesi tersebut*⁷³.

Kedua : Motivasi islam terhadap pekerjaan, Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya oleh para sahabat-Nya tentang pekerjaan apa yang bagus ? Beliau menjawab : "*tidak ada makanan apapun yang dimakan oleh seseorang lebih baik dari pada makanan hasil kerjanya sendiri*".

عَنِ الْمِقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ, قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ, وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ)

Artinya : 966 "*dari miqdam ra, berkata Rasulullah saw, bersabda, tidak ada makanan yang dimakan oleh seseorang yang lebih baik dari pada memakan makanan*

⁷² Op.Cit Departemen Agama RI, Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahnya. Hal 277.

⁷³ Ibid .



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

dari hasil usaha tangannya sendiri, sesungguhnya nabiullah daud as memakan makanan dari hasil usaha tangannya sendiri”(HR. Bukhari)⁷⁴.

Ketiga : Lingkungan budaya yang mendorong semangat kerja, sebagaimana kita ketahui diantara sekina banyak sahabat nabi Muhammad Saw, ada sepuluh orang sahabat pilihan yang dikenal sebagai “*al-asyarah al-kirom al-baroroh*” (Abu Bakar Ash-Shiddiq, Umar bin Khattab, Usman binAffan, Ali bin Aby Thalib, Zubair bin Awwam, Sa’ad bin waqash, Abu Ubaidah bin Al-Jarroh, Zaid bin bin Said, Abdurahman bin Auf, dan Tholhah bin Ubaidillah. Enam orang diantara mereka adalah pengusaha dan pedagang besar yang banyak menjadi penyandang dana perjuangan islam yakni Usman bin Affan, Sa’ad, Abdurahman dan Thollah radiayallhu anhum. Mereka dikenal sebagai pekerja-pekerja keras dan berhasil.

Hukum islam dalam perjanjian sewa-menyewa disebut *al-ijarah* yang berasal dari bahasa arab ajar yang berarti upah atau pahala, ketika satu pihak menjual jasa kepada orang lain dari harta yang bergerak selain binatang dan kapal untuk mendapat imbalan disebut ijarah. Imbalan harus sebanding dengan jasa yang diberikan. Ulama maliki terkenal Al-Dardiri mengatakan bahwa kata ijarah dan ajar ini sinonim. Kata ijarah di rujukan kepada Al-Qur’an dalam surat Alqashas yang berkenaan dengan pelayanan sewa-menyewa nabi Musa as oleh Syu’aib atas rekomendasi putrinya setelah nabi Musa as membantu mereka mencair air :

⁷⁴ Zainuddin Ahmad Az-zubaidi, *Terjemah hadist Shahih Bukhari, dari kitab At-Tajridushh Sharih*(Semarang: PT Karya Toha Putra, 2007), hal 414.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْتِيكِ اسْتَجْرُهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٦٦﴾
 قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أُنكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَنِي حَبَبٍ
 فَإِنْ أَتَمَمْتَ عَشْرًا فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ
 اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ ﴿٦٧﴾

26. Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), Karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang Kuat lagi dapat dipercaya".

27. Berkatalah dia (Syu'aib): "Sesungguhnya Aku bermaksud menikahkan kamu dengan salah seorang dari kedua anakku ini, atas dasar bahwa kamu bekerja denganku delapan tahun dan jika kamu cukupkan sepuluh tahun Maka itu adalah (suatu kebaikan) dari kamu, Maka Aku tidak hendak memberati kamu. dan kamu insya Allah akan mendapatiku termasuk orang-orang yang baik"⁷⁵.

Untuk ijarah yang sah, ada unsur-unsur yang penting yang terdiri dari penyewa dan yang menyewakan, barang yang disewakan, harga sewa, persejuaan persewaan. Pihak-pihak yang melakukan perjanjian harus secara legal memenuhi syarat berpartisipasi dalam kontark ijarah dan harus ada harga yang pasti⁷⁶.

Harga sewa harus dibayarkan kecuali dalam kasus di bawah ini⁷⁷ :

1. Apabila terdiri dari objek yang sudah pasti.
2. Apabila sewa sudah ditetapkan.

⁷⁵ Op.Cit Departemen Agama RI, Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahnya. Hal 388.

⁷⁶ A Rahman I Doi, *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah (Syari'ah)*, Rajawali Press: Jakarta 2002. Hal 470-471.

⁷⁷ Ibid.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3. Apabila kebiasaan lokal berlaku.
4. Apabila bagi persewaan binatang untuk perjalanan tertentu yang belum pasti.

Nilai yang sama akan berlaku dalam kasus tujuan transportasi modern.

Perjanjian ijarah akan ditolak apabila bersatu dengan persetujuan bersyarat, misalnya seorang sepakat untuk menggiling jagung yang bertujuan untuk dimasukkan ke gudang atau seseorang sepakat menenun kain untuk mendapatkan upah yang sesuai dengan hasil pekerjaannya. Perjanjian itu akan batal dan ditolak apabila membiarkan persetujuan yang dibuat, sewa diberikan dalam bentuk bahan makanan. Sewa dalam ijarah dapat ditentukan sesuai dengan perbandingan kerja yang dilakukan.

G. Pengertian Konsumen.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan⁷⁸.

Sedangkan menurut Jhon Afifi, konsumen adalah setiap orang yang memakai atau mengonsumsi produk yang di produksi oleh sebuah perusahaan, baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun untuk diperdagangkan⁷⁹. Pada intinya pengertian dari konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa

⁷⁸ Undang-Undang No 8 tahun 1999 Bab 1 Pasal 1 ayat 2 ,Tentang perlindungan Konsumen, (Penerbit : Citra Umbara, Bandung) hal 3.

⁷⁹ Jhon Afifi, Problem Solving Of Masalah Pemasarn Produk (Laksana :Jogyakarta, 2014) hal

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali.

F. Pengertian Minat Beli.

Minat adalah keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut⁸⁰.

Menurut Wingkel bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu⁸¹.

Kemudian Sumadi Suryabrata mendefinisikan minat, adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah permintaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya⁸².

Menurut Mowen minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian⁸³.

⁸⁰ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Fakultas Psikologi UGM Yogyakarta, 1981. Hal 38

⁸¹ Wingkel W.S. *Psikologi Pendidikan*, (PT. Gramedia, Jakarta, 1993). Hal 38.

⁸² Sumadi Surya Brata, *Psikologi pendidikan*, (PT Grafindo Perkasa Rajawali, Jakarta 2002) hal 68)

⁸³ Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta. Hal : 10.

Definisi ini sama dengan yang dikemukakan oleh Peter dan Olson yang mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian⁸⁴.

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan⁸⁵.

Definisi lain minat konsumen adalah semua tindakan konsumen untuk memperoleh dan menggunakan barang dan jasa⁸⁶.

Menurut Lamb, minat konsumen adalah proses seseorang pelanggan dalam membuat dan menggunakan barang barang dan jasa yang dibeli⁸⁷.

Minat konsumen adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan⁸⁸.

Menurut Ismail minat konsumen (interest) dapat juga didefinisikan sebagai ketertarikan seseorang konsumen terhadap suatu produk/jasa. Konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena berbagai sebab, misalnya⁸⁹:

⁸⁴ Peter, Paul. J and Olson , *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Keempat Jilid-1. Erlangga Jakarta

⁸⁵ Mutiara Lumpur, 2010 Pengertian minat konsumen <http://www.mutiaralumpur.blogspot.com.html>, 23 agustus 2018.

⁸⁶ Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta. Hal : 10.

⁸⁷ Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta. hal 188.

⁸⁸ Kotler dan Keler, *Manajemen Pemasaran* , Jilid 1 Edisi ke 13 , Jakarta, Erlangga 2009. Hal



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Karena produk/jasa *feature*, Dalam hal ini konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena penampakannya menarik.
5. Karena produk/jasa *benefits*, Dalam hal ini konsumen tertarik kepada suatu produk/jasa karena manfaat yang diberikan oleh produk/jasa tersebut
6. Karena informasi, Dalam hal ini informasi tentang produk/jasa yang sampai kepada konsumen dari kelompok rujukan, influencer dan lain-lain.

Minat beli dapat di identifikasikan melalui indikator – indikator sebagai berikut⁹⁰ :

5. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seorang untuk membeli produk.
6. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
7. Minat profesional, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
8. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat – sifat positif dari produk tersebut.

Perilaku konsumen seperti didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk, adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan,

⁸⁹ Ismail, Zurida., dan Ali M, 2004, *Assessing student Teachers Understanding Of The Biology Syllabus Through Concept Mapping, Proceeding Of The First Int. Conference On Concept Mapping*. A.J., Canas, J.D., Novak, F.M., Gonzalez, Eds, Pamplona, Spain. hal 92

⁹⁰ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal 129



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengevaluasi, dan bertindak pasca mengkonsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya⁹¹.

Menurut Engel (2006), perilaku konsumen adalah tindakan langsung yang terlibat dalam pemerolehan, pengonsumian, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini⁹².

⁹¹ Ristiyanti Prasetyo dan Jhon Ihalaui, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), hal 9

⁹² Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi 2013) hal 7.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut;

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel sertifikasi halal terhadap minat beli. Dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai t hitung sebesar 0,964 dan nilai t tabel adalah 2,634, dengan nilai signifikan $0,189 > 0,05$. Maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara sertifikasi halal dengan minat beli konsumen di Rotte Bakery. Bahwa hipotesis 2 diterima, yang menyatakan “sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Rotte Bakery.
 2. Dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai t hitung sebesar 1,323 dan nilai t tabel adalah 2,370, dengan nilai signifikan $0,338 > 0,05$. Maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan minat beli konsumen di Rotte Bakery. Bahwa hipotesis 2 ditolak, yang menyatakan “kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Rotte Bakery.
1. Tinjauan ekonomi Islam dalam penelitian ini adalah pelayanan jasa yang baik sangat di anjurkan dalam islam sebagaimana yang telah tersurat dalam kisah nabi Syu'aib a.s yang meminta nabi musa a.s untuk bekerja kepadanya, dan juga tersurat dalam Al-qur'an surat Al-qashash : 26, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa

hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an dalam surat Ali-Imran : 159.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah didapat oleh penulis, maka penulis hendak menyampaikan saran-saran kepada pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Untuk PT. Rotte Bakery cabang Rajawali Pekanbaru agar tetap mempertahankan sertifikasi halal dan kualitas produk yang sangat baik, dan agar juga terus selalu berinovasi untuk mengembangkan produk-produk yang lebih inovatif yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, semakin berminat mengkonsumsi produk-produk Rotte Bakery Pekanbaru.
2. Agar PT Rotte Bakery Pekanbaru selalu menjaga nilai-nilai keislaman yang telah di ajarkan dalam al-qur'an dalam memberikan pelayan jasa yang baik kepada para konsumen yang telah mempercayakan untuk mengkonsumsi produk-produk Rotte Bakery Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton Priyo Nugroho. “*Statistik untuk Ekonomi dan Sosial Menggunakan SPSS* ”. (Deepublish:Yogyakarta, 2018).
- Ari Setyaningrum, Yusuf Udaya, Dan Efendi “*Prinsip-PrinsipPemasaran*”.. (Andi Offset 2016).
- Badan Pusat Statistik di kutip dari <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321> diakses pada hari Kamis tanggal 10 Februari 2019 jam 09.00 WIB.Lies Afroniyati, “*Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia*”, Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP), Vol 18, No 1, (Mei 2014).
- Charlie Rudyat. *KamusHukum Edisi Lengkap*,(Pustaka Mahardika) Semarang 2011
- Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, Cet-1, (Semarang: Semarang University Press, 2012).
- Dr. Kamisa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi terbaru*, 2015(Cv Cahaya Agung Surabaya).
- Husein Umar, *Riset Pemasaran,dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Media Utama, 2015).
- “*KamusBesar Bahasa Indonesia Edisi Ke-5*” (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan)JAKARTA 2017.
- Lies Afroniyati, “*Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia*”, Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP), Vol 18, No 1, (Mei 2014).
- LPPOMMUI “*Sertifikat Halal MUI*”dikutip dari <http://www.halalmui.org/>diakses pada hari Ahad tanggal 14 Januari 2018 jam 15.12.
- Mudrajad Kuncoro, “*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*”Edisi -4 (Jakarta: Erlangga, 2014)
- Muri Yusuf “*Metode Penelitian, Kuantitatif, kualitatif & Penelitan Gabungan*”, (Jakarta : PT. Prenada Media Group, 2014).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

news.metrotvnews, “Produsen Tarik Produk Viostin DS” dikutip dari <http://news.metrotvnews.com/peristiwa/dN6r8MpN-produsen-tarik-produk-viostin-ds> diakses pada hari Kamis tanggal 07 Februari 2019 jam 07.37 WIB.

News Liputan 6, “Razia Minimarket di Tebet, Petugas Temukan Makanan yang Mengandung boraks”, dikutip dari <http://www.liputan6.com/tag/boraks> diakses pada hari Ahad tanggal 10 Februari 2019 jam 14.08 WIB.

News Liputan 6, “BPOM Surabaya Grebek Pabrik Jamud dan Kosmetik Berbahaya”, dikutip dari <http://www.liputan6.com/tag/kosmetikberbahaya> diakses pada hari Ahad tanggal 10 Februari 2019 jam 14.37 WIB.

Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2009).

Sudaryono.” *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*”. (Andi Publisher(Andi Offset) 2016).

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014).

Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*”. (Bandung: CV. Alfabeta, 2011).

Sugiyono. “*Metodologi Penelitian Kombinasi Cetakan ke-3*” (Bandung: CV. Alfabeta, 2013).

Soeharto, Badrul “*Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Manajemen*”. Bandung: Universitas Padjajaran, 2011, hlm. 11.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2013).

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*”. (Bandung: CV Alfabeta, Edisi 2016),

Saifudin , *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013)

Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul *Pengaruh Harga Baju Gamis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Tradisional Selasa Kecamatan Tampan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*, yang ditulis oleh :

Nama : Busrol Karim
NIM : 11425100588
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Juni 2021M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Syahpawi, M.Ag

Sekretaris

Syamsurizal, SE, M.Sc, AK, CA

Penguji I

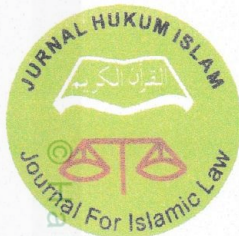
Dra. Zuraida, M.Ag

Penguji II

Dr. Zul Ikromi, Lc., M.Sy

Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

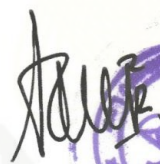
NAMA : BUSROL KARIM
NIM : 11425100588
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pada Rotte Bakery Cabang Rajawali)

Pembimbing: Tia indrajaya. M,Ag

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 30 Juli 2021

Pimpinan Redaksi

A.n. 
Dr. M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.
NIP. 19880430 201903 1 010

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.